

آشنایی با کلاهبرداری های شایع در اینترنت



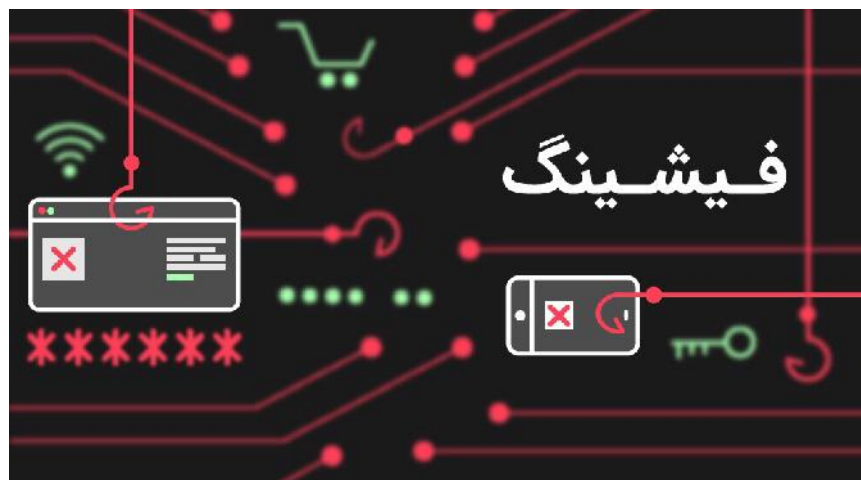


■ در کنار گسترش روز افزون کاربران اینترنت و همچنین تسهیل شدن امور عادی بشر بواسطه استفاده از اینترنت، همواره مجرمین با سو استفاده از اعتماد عمومی مردم و با تطبیق خود با ویژگی-های محیط و ابزار روز، در جهت اقدامات و اهداف مجرمانه حرکت می-کنند.

■ در کنار سو استفاده -ها و جرایم سایبری در حوزه اجتماعی و سیاسی، جرایم سایبری در حوزه اقتصادی پیشرفت-های قابل توجهی به خود دیده است که بنابر آمار رسمی کشورهای غربی به خصوص آمریکا، جرایم سایبری در حوزه اقتصاد از رتبه بالایی برخوردار است.

آشنایی با کلاهبرداری شایع در اینترنت به نام Phishing

- فیشینگ روشی است که تبهکاران، اطلاعاتی نظیر کلمه کاربری، رمز عبور، شماره ۱۶ رقمی عابر بانک، رمز دوم و CVV2 را از طریق ابزارهای الکترونیکی ارتباطات به سرقت می برند. شبکه های اجتماعی، سایت های حراجی و درگاه های پرداخت آنلاین نمونه ای از ابزار های الکترونیکی ارتباطات می باشند.



■ کلاهبرداری فیشینگ از طریق ایمیل ها و پیام ها صورت می پذیرد و قربانیان به صورت مستقیم اطلاعات حساس و محرمانه خود را در وب سایت های جعلی که در ظاهر کاملا شبیه وب سایت های سالم و قانونی می باشد وارد می نمایند. حقه ی فیشینگ یکی از تکنیک های مهندسی اجتماعی برای فریب کاربران می باشد که علی القاعده از ضعف امنیتی یک وب سایت برای انجام عملیات مجرمانه خود استفاده می کنند؛ برای اولین بار حقه ی فیشینگ در ۱۹۸۷ تعریف شد و اولین باری که واژه فیشینگ برای نام گذاری این واژه استفاده گردید، سال ۱۹۹۶ بود



■ جالب است نوع دیگر کلمه fishing ماهیگیری است همانند خیلی از کلمات که در علوم رایانه ای به شکل مخفف یا دگرگون شده ای از کلمات دیگر به کار می روند. برای مثال لغت phreak که از ترکیب phone freak به معنای استراق سمع تلفنی گرفته شده است. با این توضیحات شاید بتوان phishing را سرقت اطلاعات اینترنتی با یک سایت قلابی ترجمه کرد.





■ کلاهبرداری فیشینگ چگونه می

ممکن است سارق با یکی از اعضای سایتی که در آن خرید و فروش صورت می گیرد روبرو شود و پیام کوتاهی برای او مبنی بر وارد کردن رمز عبور بفرستد. برای اینکه قربانی احتمالی خوب به دام بیفتد آن پیام کوتاه ممکن است به صورت یک عبارت امری مانند این «اطلاعات صورتحساب را تأیید کنید» باشد. به محض اینکه قربانی رمز عبور خود را وارد کند شخص سارق می تواند به حساب طرف وارد شده و از آن برای انجام اهداف مجرمانه ی خود استفاده کند. البته این کار احتیاج به دانش برنامه نویسی دارد.



مشکلاتی که فیشینگ بوجود می آورد

- کمترین ضرری که می توان در نظر گرفت، دسترسی به ایمیل است و بزرگترین آن، سرقت از حساب مالی اینترنتی شما می تواند باشد.
- این نوع سرقت اطلاعات به سرعت در حال افزایش است و علت عدم آموزش و آشنایی کاربران در فاش کردن اطلاعات شخصی در برابر یک سارق اینترنتی است.
- این نگرانی نیز وجود دارد که سارق اطلاعات بدست آمده از افراد مختلف را تغییر دهد و با درست کردن حساب جعلی به اسم یکی از قربانیان از اعتبار او سوء استفاده نموده شهرت او را لکه دار کند.



■ روش های مرسوم فیشینگ

کلاهبرداری آنلاین بواسطه روش فیشینگ، از طرق مختلفی قابل انجام است که با توجه به آمار ۲۰۱۰ سایت دیده بان کلاهبرداری بین الملل، به صورت زیر است:

۱- دستکاری و تقلب در لینک ها و آدرس ها

یکی از شیوه های متداول و رایج در فیشینگ ارسال لینک ها و آدرس های متعلق به سازمان های غیر واقعی و جعلی از طریق ایمیل می باشد. آدرس هایی که تنها تفاوت آنها با آدرس اصلی یک یا دو حرف است یا از دامین های فرعی گمراه کننده برای ایجاد آنها استفاده گردیده است.

■ 2- دور زدن فیلتر

فیشرها با استفاده کردن از عکس به جای متن، کار فیلترهای ضد فیشینگ را که برای شناسایی متن هایی که عموماً در ایمیل های حاوی آدرس های جعلی یافت می شوند، را سخت می کنند.

۳- وب سایت جعلی

تنها با ورود و بازدید یک قربانی به سایت جعلی عمل کلاهبرداری صورت نمی پذیرد. در برخی از روش های فیشینگ از دستورات جاوا اسکریپت استفاده می شود تا نوار آدرس را اصلاح کند و تغییر دهد. این کار با قرار دادن تصویر یک آدرس اینترنتی قانونی و موجه در نوار آدرس یا بستن نوار آدرس اصلی و باز کردن یک نوار آدرس جدید که حاوی آدرس اینترنتی قانونی و موجه است، انجام می شود.

فیشینگ از طریق تلفن

■ تمامی حملات فیشینگ نیاز به استفاده از یک وب سایت جعلی و ساختگی ندارند. این نوع حملات شامل پیام هایی هم می شوند که ادعا می کند از طرف بانک هستند و از مشتری ها (استفاده کنندگان خدمات بانکی) می خواهند با توجه به مشکلی که برای حساب های آنها به وجود آمده است، با یک شماره تماس بگیرند. به محض این که مشتری با این شماره تلفن (که متعلق به مهاجم است و یک سرویس تلفن اینترنتی است) تماس بگیرد، دستوراتی به مشتری داده می شود تا شماره حساب و رمز خود را وارد کند. فیشرهایی که از سرویس تلفن اینترنتی استفاده می کنند، گاهی اوقات از داده های جعلی برای آی دی کالر استفاده می نمایند تا برای مشتریان این گونه به نظر برسد که این تماس از طرف یک سازمان مطمئن و معتبر انجام می شود.





چگونه می توان از حملات فیشینگ در امان ماند؟

۱. یاد بگیرید ایمیل های فیشینگ را تشخیص دهید. ■

چند ویژگی ایمیل های فیشینگ: ■

- لوگوی یک شرکت بسیار معتبر را به کار میبرند.
- از نام شرکت ها و برندهای معتبر استفاده میکنند.
- سایتی شبیه به سایت رسمی آن برند را در ایمیل خود درج میکنند.
- یک شغل رویایی یا هدیه نقدی پیشنهاد میکنند.



۲. منبع ارسال کننده ایمیل را بررسی کنید.
بانک شما هرگز از شما درخواست نمیکند که کلمه عبور خود را برایش ایمیل کنید
و اگر با همچنین پیشنهادی مواجه شدید به آن قطعا شک کنید.

۳. هرگز بر روی لینک‌های موجود در ایمیل‌های مشکوک کلیک نکنید.
اگر ایمیل از طریق بانک شما نیز آمده باشد ترجیحا با وارد کردن آدرس اینترنتی
بانک خود بصورت مستقیم وارد حساب خود شوید و روی لینک درج شده در ایمیل
کلیک نکنید. از روش بوک‌مارک کردن وبسایت‌های مورد نیاز خود استفاده کنید
تا سریعتر وارد آن‌ها شوید.

۴. امنیت رایانه خود را بالا ببرید.
عقل سلیم حکم میکند برای حفاظت بیشتر از یک آنتی‌ویروس مناسب روی
سیستم خود بهره ببرید. همچنین سیستم عامل و مرورگر اینترنت خود را نیز حتما
همواره بروز نمایید.



۶. به صورت دوره‌ای اکانت‌های بانکی خود را چک کنید.

بررسی دوره‌ای حساب بانکی شما را از هرگونه بی‌نظمی در تراکنش‌های مالی تان مطلع میکند.

۷. فیشینگ تنها به بانک‌داری آنلاین محدود نمی‌شود.

بیشترین حجم حملات فیشینگ علیه حساب‌های بانکی انجام میشوند ولی در این بین حساب‌های کاربری

در eBay، فیس‌بوک، پی‌پال، و غیره نیز به منظور سرقت اطلاعات محرمانه و خصوصی از اینگونه حملات

بی‌نصیب نیستند.

۸. فیشینگ همه زبان‌ها را می‌شناسد.

حملات فیشینگ بی‌حد و مرز است در نتیجه شما میتوانید از اشتباهات زبانی متن ایمیل‌ها و اخبار متوجه

فیشینگ بودن آن شوید. مثلاً اگر شما انگلیسی زبان هستید از اشتباهات گرامری و املائی ایمیل یا خبر

میتوانید متوجه شوید که آن از طرف بانک شما یا یک شرکت معتبر ارسال نشده است.



نرم افزار تجارت الکترونیکی اینستاگرام

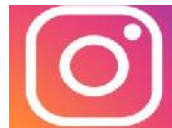


اینستاگرام Instagram

اینستاگرام یک اپلیکیشن و شبکه اجتماعی است که برای به اشتراک گذاری عکس‌ها و فیلم‌های کوتاه به کمک گوشی‌های هوشمند طراحی شده است. این شبکه اجتماعی در ۶ اکتبر 2010 راه اندازی شد و نسخه اولیه آن بر روی گوشی آیفون ۴ نصب شد. امتیاز این شبکه توسط شرکت فیسبوک خریداری شده است و همانند فیسبوک یا توییتر، هر کسی می‌تواند در این شبکه اجتماعی یک حساب کاربری داشته باشد.

چه دستگاه‌هایی می‌توان اینستاگرام کار کرد؟

اینستاگرام به صورت رایگان برای استفاده در گوشی‌های هوشمند اندروید و iOS در دسترس است. همچنین کاربران می‌توانند از طریق رایانه به حساب کاربری خود دسترسی داشته باشند، با این تفاوت که ارسال عکس و فیلم زنده از این طریق امکان پذیر نیست.



امکانات اینستاگرام

در اینستاگرام به عنوان یک شبکه اجتماعی:



- می‌توانید افراد مختلف را فالو کنید؛
- افراد مختلف می‌توانند شما را فالو کنند؛
- امکان کامنت نوشتن و لایک کردن تصاویر و فیلم‌ها وجود دارد؛
- می‌توانید فیلم زنده یا همان لایو بگذارید؛
- امکان گذاشتن استوری جداگانه را دارید؛
- به صورت مستقیم می‌توانید با افراد مختلف در ارتباط باشید؛
- امکان استفاده از جستجو برای مطالب مختلف را داری؛
- می‌توانید از ابزارهای مختلف مانند هشتگ و تگ استفاده کنید؛
- می‌توانید تبلیغات انجام دهید؛
- امکان کسب درآمد و فروش محصول از این طریق را نیز دارید.



■ آشنایی با منو و اصطلاحات کاربردی در اینستاگرام
■ در پایین صفحه اینستاگرام منو وجود دارد که دارای ۵ بخش به شکل آیکون های مختلف از جمله آیکون قلب، خانه(هوم)، آدمک و... که هر کدام از اینها صفحات مختلفی با قابلیت های مختلفی را برای شما به نمایش میگذارند.

■ _صفحه home
■ صفحه هوم و یا خانه بخشی از اینستاگرام میباشد که شما هنگام ورود به اینستاگرام از طریق برنامه اینستاگرام مستقیما وارد این بخش میشوید. این صفحه پست ها و استوری های منتشر شده توسط فالوینگ های شما را نشان میدهد

انواع جستجو در اینستاگرام

1_ جستجو بر اساس top

این بخش اکانت هایی را برای شما نمایش میدهد که بیشترین جستجو را داشته اید.

2_ جستجو بر اساس people

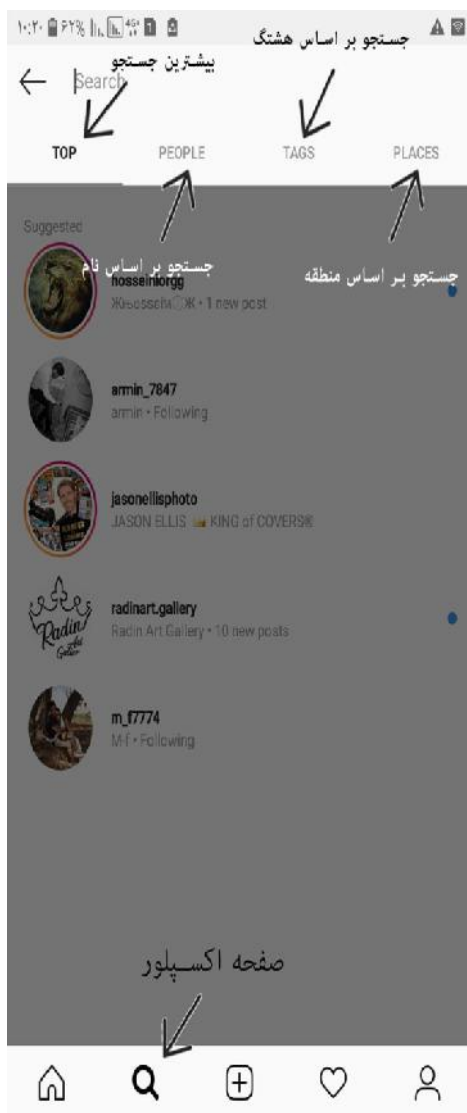
در این بخش میتوانید از کلمه های تجاری گرفته تا اسم یک شخص را جستجو کنید تا اکانت های مربوطه برای شما نمایان شود.

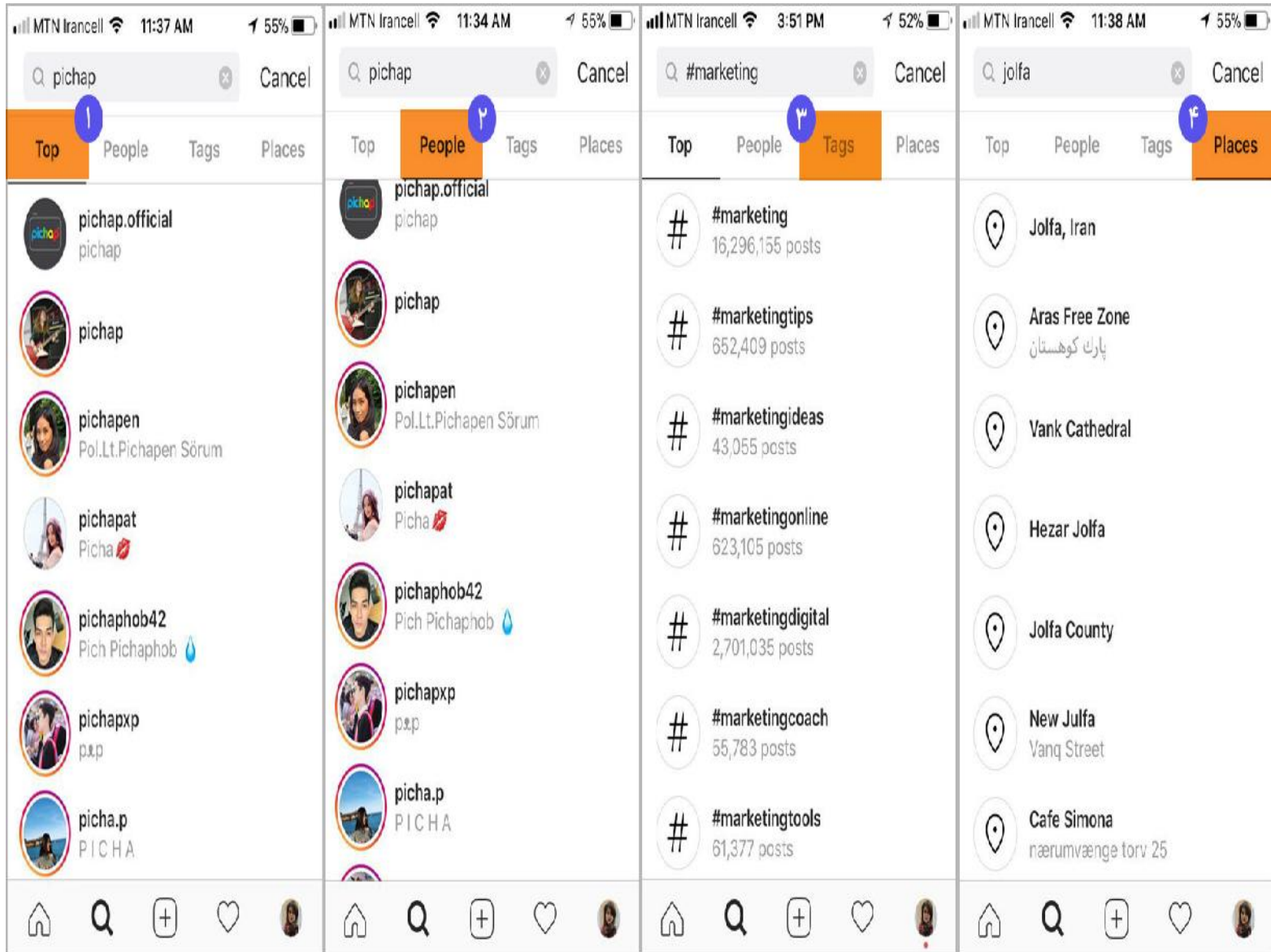
3_ جستجو بر اساس Tags

در این بخش شما قادر هستید هشتگ های مختلفی را وارد کنید تا اینستاگرام برای شما پست های مربوط به هشتگ انتخابی نمایش دهد.

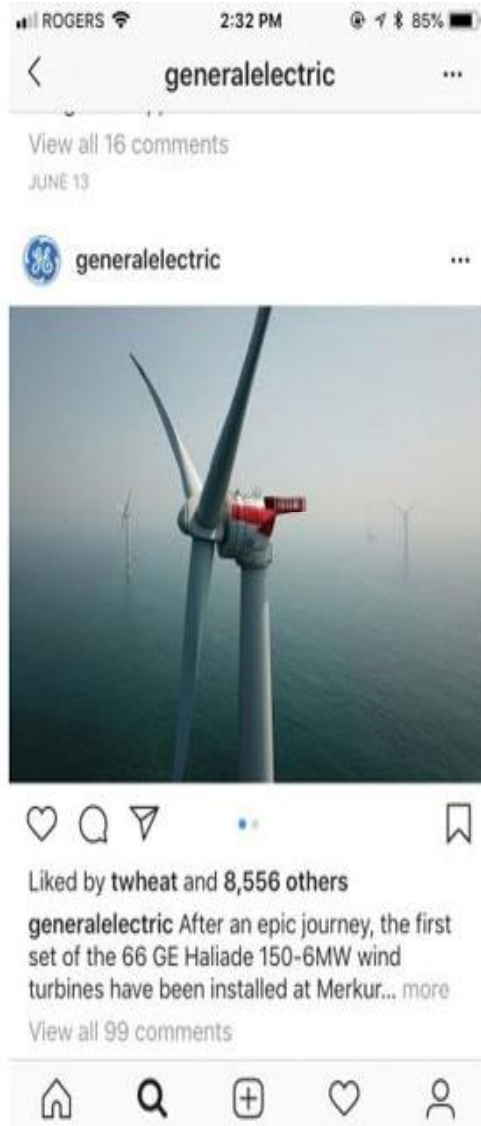
4_ جستجو بر اساس places

برای استفاده از این بخش باید جی پی اس سیستم تان را روشن کنید تا بتوانید افراد مد نظر خود را بر اساس یک منطقه جغرافیای جستجو کنید





بخش پست گذاری



بخش پست گذاری که بصورت + برای شما نشان داده میشود، با انتخاب آن شما وارد بخشی خواهید شد که اینستاگرام از شما عکس و یا ویدیو درخواست میکند، حال این عکس و یا ویدیو میتواند از دوربین شما همان لحظه ضبط شده باشد و یا از گالری خودتان انتخاب و سپس پست مد نظر خود را منتشر کنید.

کپشن (caption) چیست؟

کپشن به صورت کلی به نوشته‌ای می‌گویند که زیر یک عکس در کتاب، روزنامه یا برنامه تلویزیونی آورده می‌شود. در اینستاگرام نیز به نوشته‌ای که در توضیح عکس می‌آورد کپشن (caption) می‌گویند.

صفحه پروفایل

صفحه پروفایل با آیکون آدمک نمایش داده میشود که بخش پروفایل شما اعم از



■ اسم پیج: " username "

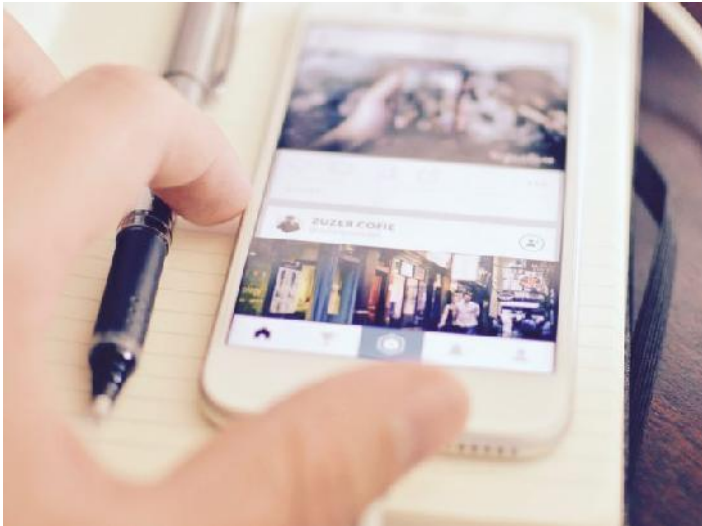
■ تعداد پست ها: " posts "

■ فالوور ها: " followers "

■ فالووینگ: " following "

برای شما و فالوور هایتان به نمایش در می آید

صفحه علاقه مندی ها



- صفحه علاقه مندی ها با آیکون قلب نشان داده میشود که دارای دو بخش YOU و following میباشد:
- اعلانهای مختلفی از جمله اضافه شدن فالوور به اکانت شما و لایک شدن پست هایتان و یا دریافت کامنت و... برای شما در بخش YOU نشان داده میشود.
- در بخش following نیز فعالیت های اخیر فالوینگ های شما یعنی اکانت هایی را که شما فالو کردید نمایش داده میشود

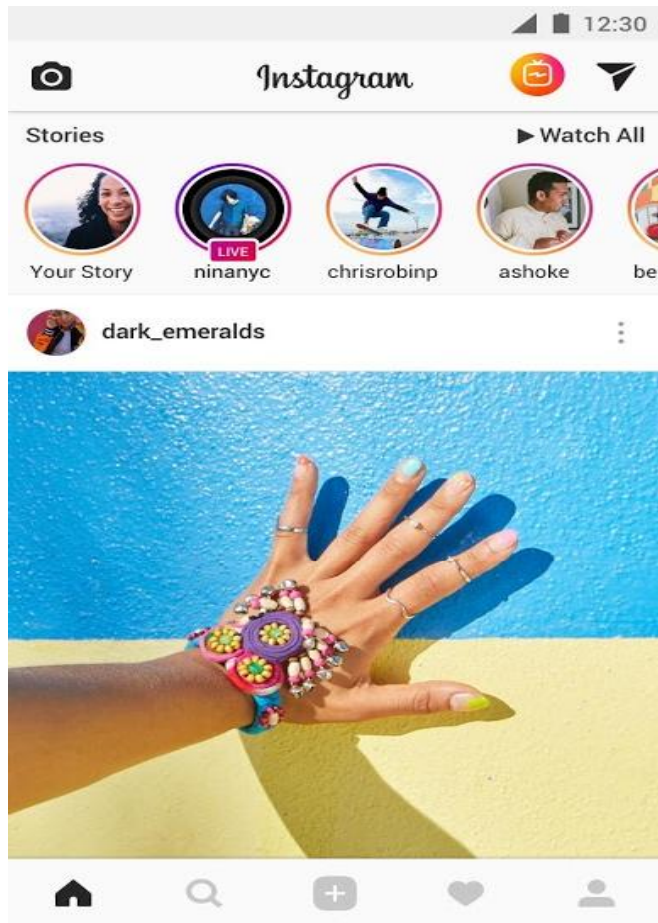
استوری Story

به صراحت میتوان گفت بخش استوری یکی از مهم ترین و محبوب ترین قسمت های اینستاگرام بدل شده، اینستاگرام که در سال گذشته این بخش را فعال کرده و از آن پس نیز آپدیت های فراوانی در این بخش داده شده است در لغت انگلیسی استوری به معنای روایت داستان میباشد. استوری داستان کوتاهی در بخش پروفایل شماست که حداکثر ۲۴ ساعت پس از منتشر شدن آن خود به خود پاک میشود و موضوع این بخش میتواند اتفاقات روزمره شما را در برگرد و یا میتواند داستان های تبلیغاتی را نیز شامل شود.

این بخش امکانات بسیاری دارد که شما میتوانید با استفاده از آن ها عکس ها و ویدیو های خود را با افکت های دلخواه و شکلک های متناسب ویرایش کنید میتوانید بر روی عکس و یا فیلم خود متن نوشته و یا میتوانید از کاربران خود نظرات خاصی را بپرسید و آن را منتشر کرده و بعد از انتشار تعداد بازدیدکننده های استوری خود را مشاهده کنید، مینوانید به استوری خود هشتگ اضافه کنید و یا نظرسنجی بگذارید و حتی یک لینک خارجی به آن بدهید.



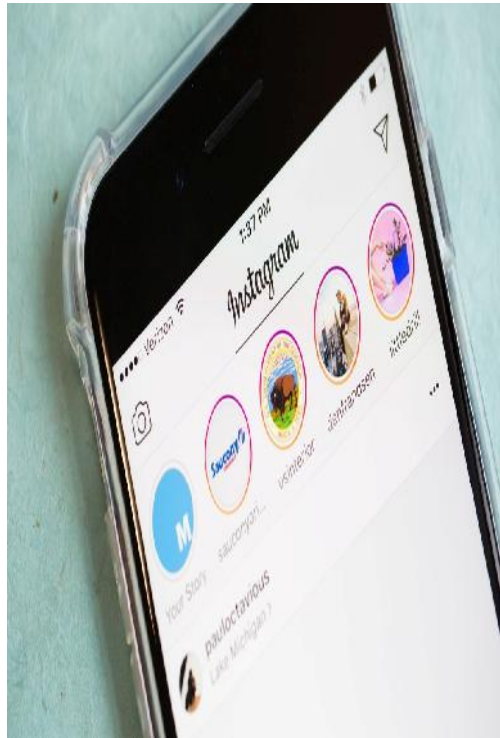
نکته مهم جهت افزایش بازدید استوری



پست ها باید باتوجه به ماهیتی که دارند، در ساعات و روزهای خاصی منتشر شوند. به عنوان مثال تصویر یک میز غذا را بهتر است در ساعات نهار یا شام منتشر کنید. هم چنین سعی کنید از محتوایی سرگرم کننده برای پست های آخر هفته خود استفاده کنید.

انتشار چند پست پی در پی در اینستاگرام موجب بازخورد منفی افراد به پست های شما می شود زیرا دیدن پست های پشت سر هم از شما، ممکن است مخاطب را عصبی کند. اگر می خواهید چند پست در یک روز منتشر کنید، بهتر است به فاصله زمانی ۴ ساعت از یکدیگر این کار را انجام دهید؛ زیرا میانگین طول عمر یک پست در اینستاگرام، ۴ ساعت می باشد.

چیزی که اینستاگرام را جذاب کرده است، ثبت لحظه های افراد با مخاطبانشان است. این لحظه ها باید در همان زمان به صورت پست منتشر شوند. مثلا عکس روز بارانی یا برفی را نباید در یک روز آفتابی منتشر کنید.



■ بازه زمانی ۵ تا ۷ بعد از ظهر: در این بازه، نرخ مشارکت مخاطبان در اینستاگرام بیشتر است. دلیل آن هم این است که افراد در این زمان، بعد از ساعت کاری یا مدرسه و دانشگاه از لحاظ ذهنی خسته بوده و می خواهند اوقات فراغت خود را در اینستاگرام بگذرانند و بهترین زمان پست گذاشتن در اینستاگرام می باشد.

■ بازه زمانی ۹ شب تا ۱ صبح: در این بازه زمانی نیز افراد بعد از خوردن شام و صحبت با خانواده، می خواهند اینستاگرام شان را چک کنند.

■ بعد از ساعت ۱ شب کمتر افرادی پست می گذارند. مخاطبان شما در ساعت اولیه صبح، اینستاگرام خود را چک کرده و آخرین پست های خود را میبینند شما میتوانید از موقعیت استفاده کرده و در آن بازه زمانی استوری یا پست بگذارید.

■ بازه زمانی ۷ تا ۹ صبح: این بازه زمانی بستگی به مخاطبان پیج شما دارد. اگر مخاطبان شما افراد شاغل یا محصل می باشند، منشر کردن پست در این بازه، موجب می شود چنین افرادی در موقع رفتن به سرکار یا دانشگاه خود، فرصت را مناسب دانسته و اینستاگرام شان را چک کنند و پست شما را مشاهده کنند.



ارز دیجیتال در تجارت الکترونیکی

